

# Life & Style WEEKLY

Ergebnisse der Resonanzstudie



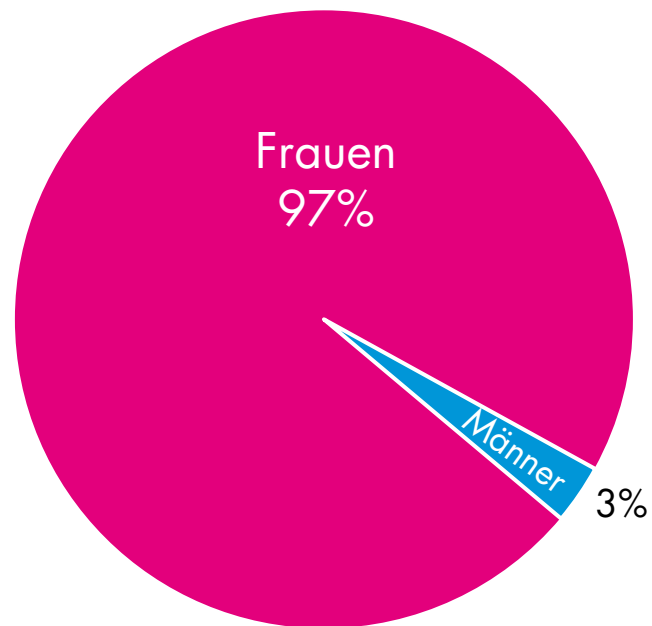
## UNTERSUCHUNGSSTECKBRIEF

<b>Grundgesamtheit:</b>	Leserinnen/Käuferinnen von Life&Style Nr. 32/08 von 16 bis 39 Jahren in Deutschland, die mindestens vier von bisher zehn erschienenen Ausgaben gelesen haben
<b>Stichprobenumfang:</b>	n = 271 Fälle
<b>Art der Befragung:</b>	Persönliche computergestützte Befragung (CAPI) anhand eines strukturierten Fragebogen mit Vorlage der Ausgabe Life&Style Nr. 32/08
<b>Stichprobenverfahren:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ermittlung der Struktur der Kauf-Leserschaft durch eine Vorerhebung (436 Fälle wurden direkt am PoS persönlich befragt)</li><li>2. Quota-Stichprobe nach Alter, Regionen und Ortsgrößenklassen auf Basis der Vorerhebung</li></ol>
<b>Befragungszeitraum:</b>	1. bis 6. August 2008
<b>Konzeption:</b>	Bauer Media KG, Marketing Research & Services
<b>Durchführung:</b>	Ipsos GmbH, Hamburg

# DEMOGRAFIE

## GESCHLECHT

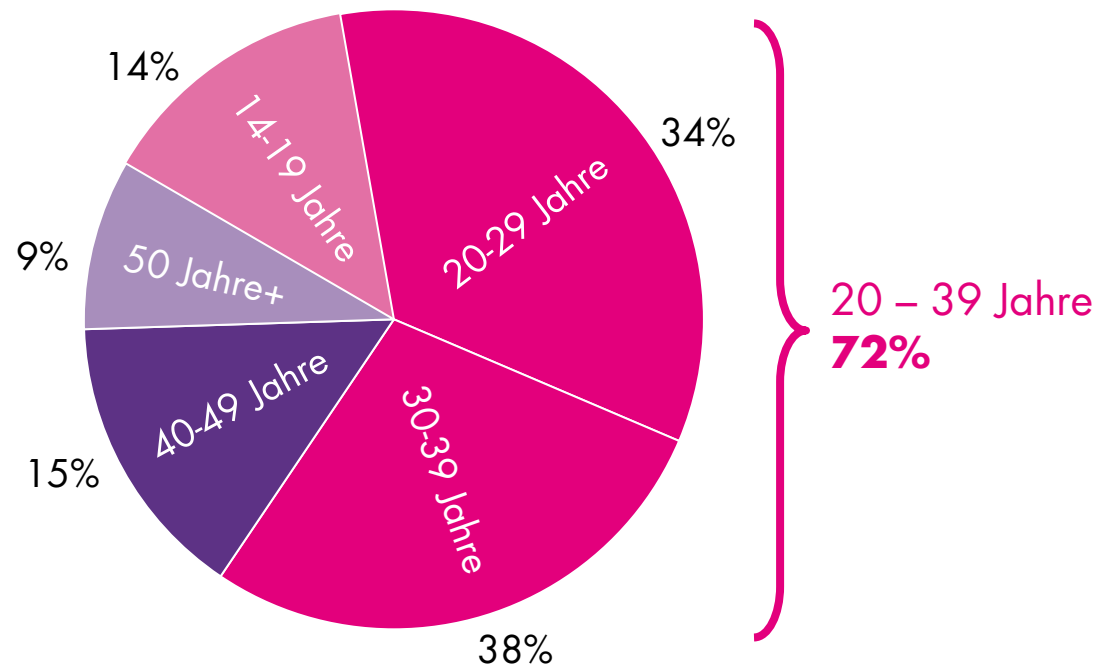
97 % der Kauf-Leser aus der Vorerhebung sind weiblich.



Basis: Vorerhebung Life&Style, Gesamt, 436 Fälle

## ALTER

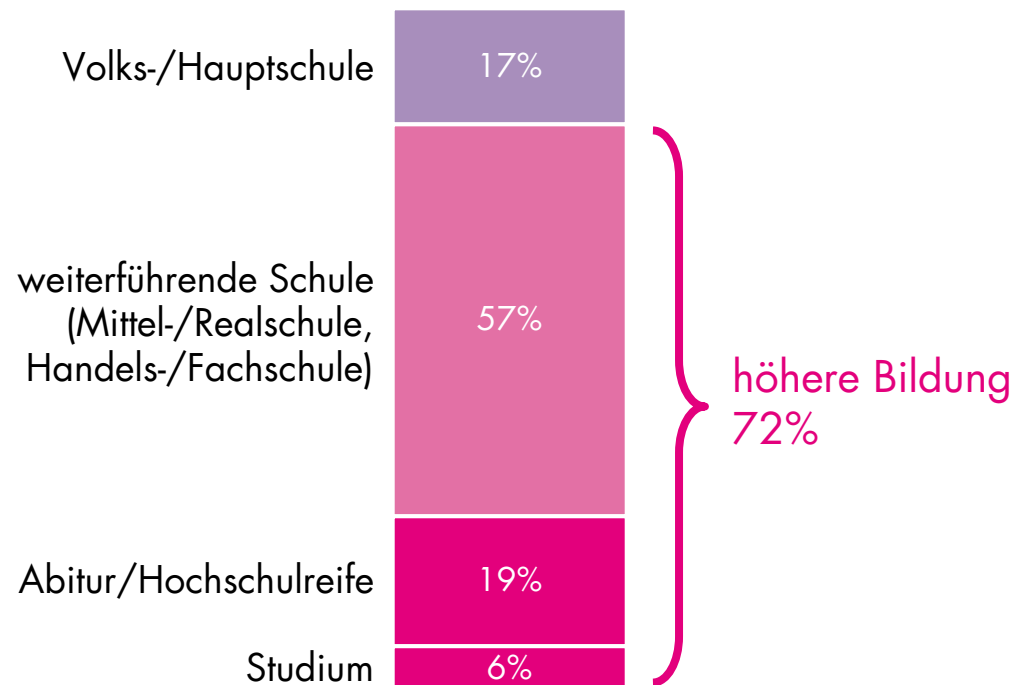
72 % der Käuferinnen/Leserinnen sind zwischen 20 und 39 Jahre alt.  
Das Durchschnittsalter beträgt 30,67 Jahre.



Basis: Vorerhebung Life&Style, Frauen, 423 Fälle

## SCHULABSCHLUSS

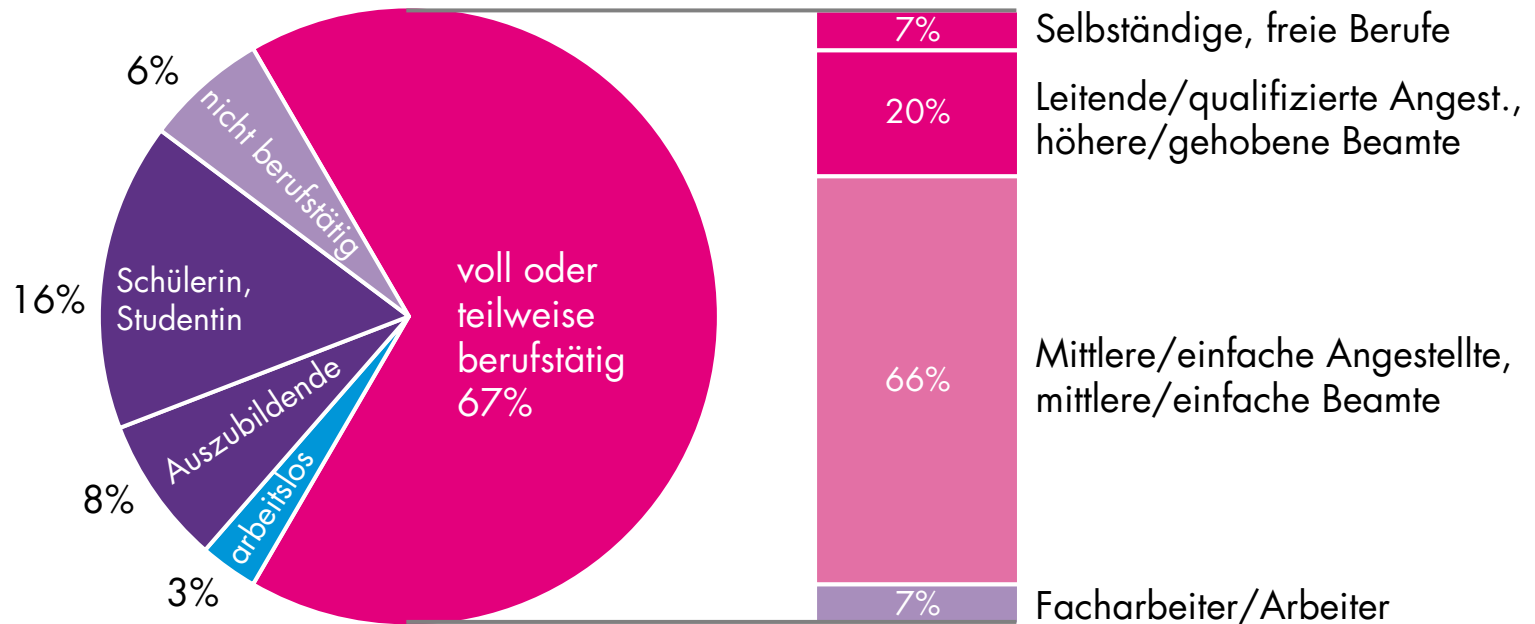
72 % der Leserinnen haben mindestens einen der Mittleren Reife entsprechenden Schulabschluss, 25 % sogar Abitur und/oder Studium.



Basis: Resonanzstudie Life&Style, Frauen 16 – 39 Jahre, 271 Fälle

## BERUFSTÄTIGKEIT / BERUF

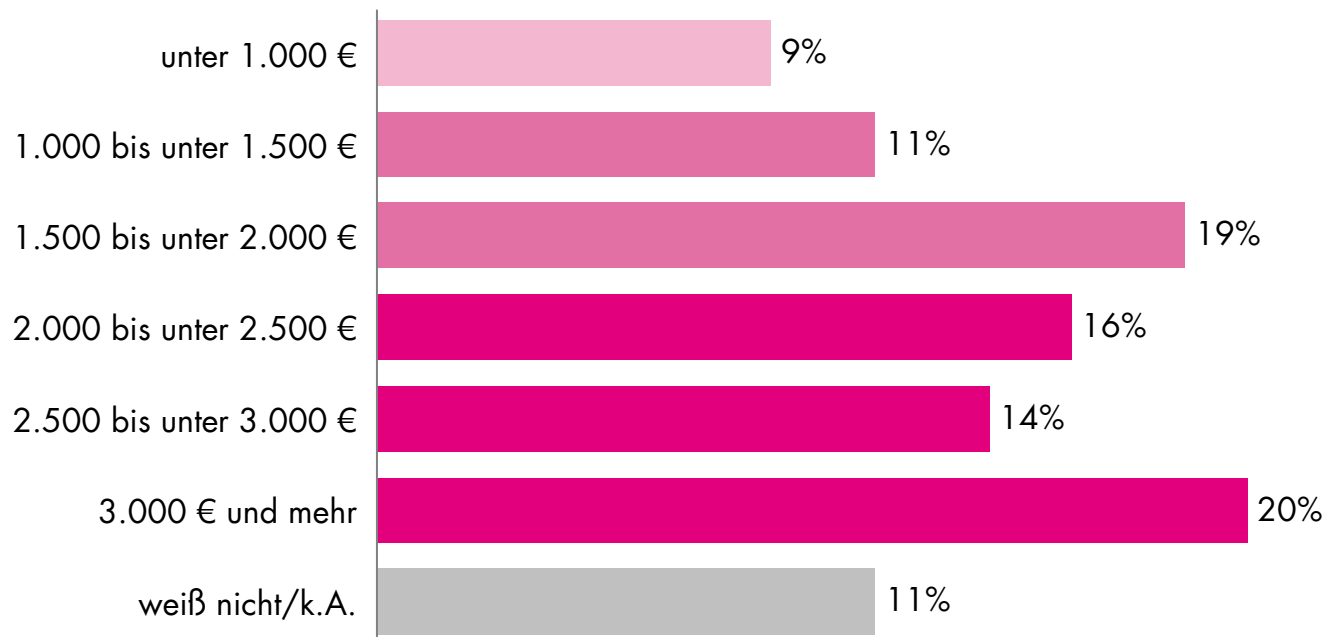
67 % der Leserinnen sind berufstätig. Davon arbeiten 27 % in gehobenen Berufen und zwei Drittel als Angestellte/Beamte.



Basis: Resonanzstudie Life&Style, Frauen 16 – 39 Jahre, 271 Fälle

# MONATLICHES HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN

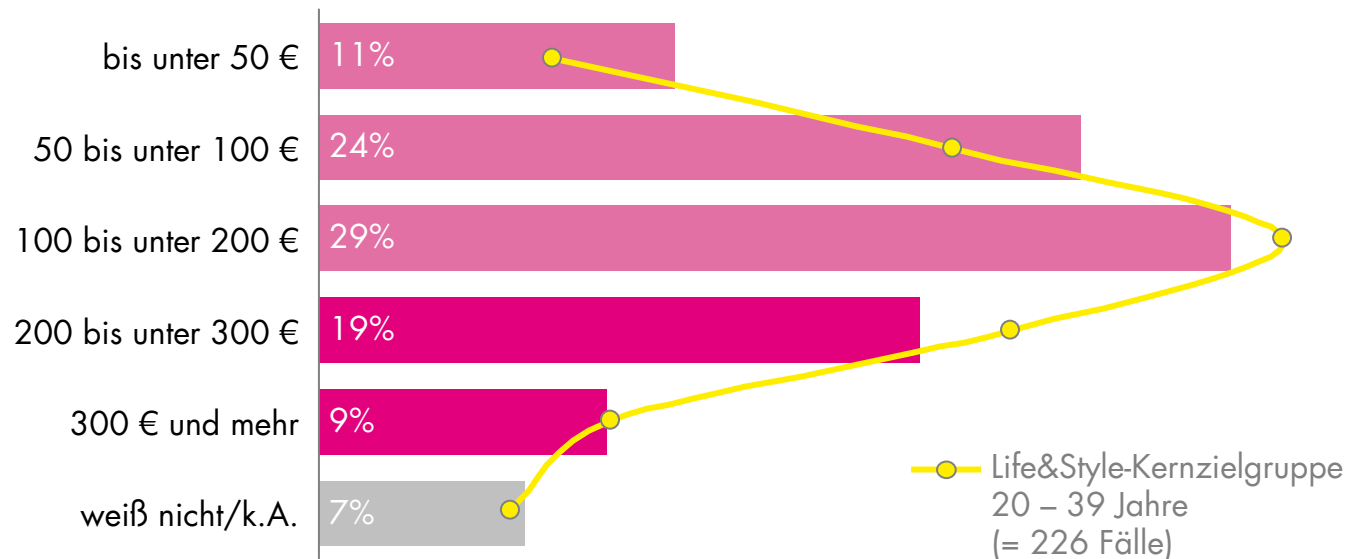
Das durchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen der Life&Style-Leserinnen beträgt 2.223 €. Die Hälfte der Leserinnen verfügt über 2.000 € und mehr.



Basis: Resonanzstudie Life&Style, Frauen 16 – 39 Jahre, 271 Fälle

## MONATLICHES SHOPPING- UND STYLING-BUDGET

Den Life&Style-Leserinnen stehen für Shopping und Styling im Monat im Durchschnitt 163 € zur Verfügung. Bei den 20- bis 39-Jährigen sind es 177 €.



Basis: Resonanzstudie Life&Style, Frauen 16 – 39 Jahre, 271 Fälle

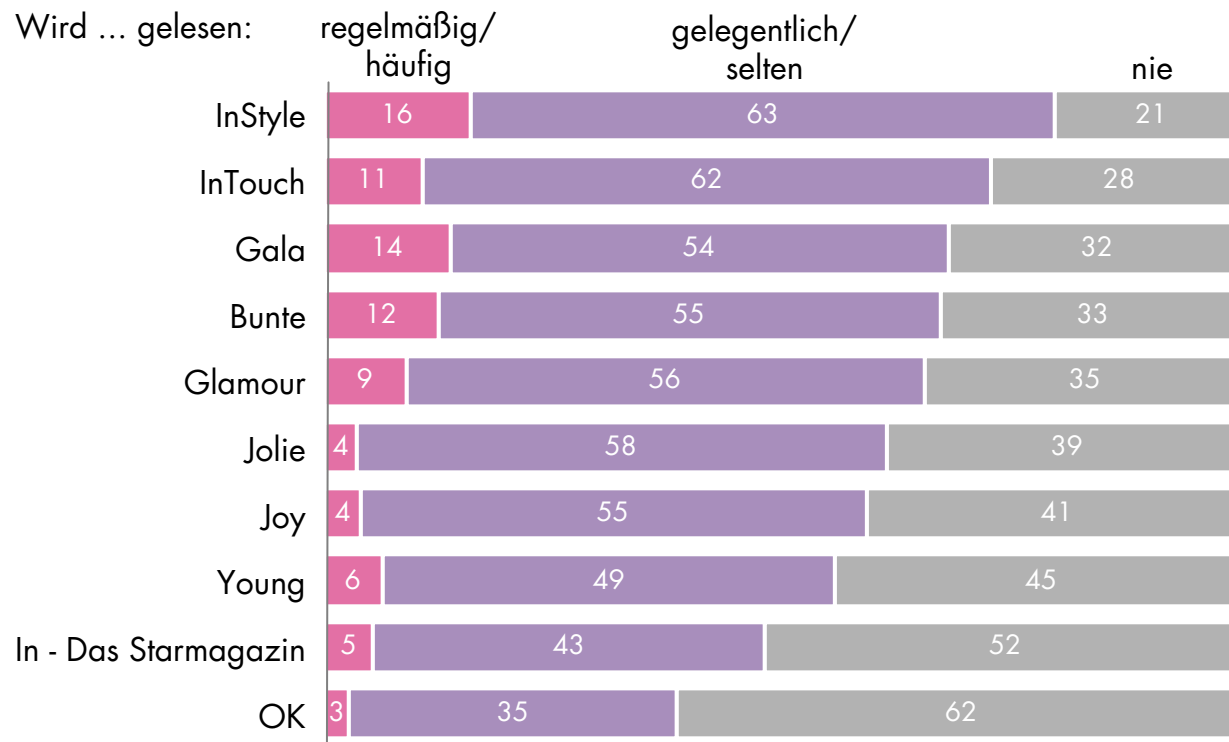
# PSYCHOGRAPHIE

## DIE TYPISCHE LIFE&STYLE LESERIN...

- ▶ ...ist stil- und trendbewusst, sieht Mode als Ausdruck ihrer Persönlichkeit und schätzt „In“-Marken.
- ▶ ...legt viel Wert auf gutes Aussehen ist aufgeschlossen für neue Produkte und Proben, schätzt dekorative Kosmetik und probiert gern neue Frisuren aus.
- ▶ ...ist eine hedonistische Konsumentin: Sie gibt gern Geld für Mode und Kosmetik aus, schätzt Luxus, neigt zu Spontankäufen und stellt das Genießen über das Sparen.
- ▶ ...hat eine positive Lebenseinstellung. Sie ist optimistisch, kontaktfreudig, hat ehrgeizige Pläne und Ziele für die Zukunft und achtet auf körperliche Fitness.
- ▶ ...befindet soziale Beziehungen, Attraktivität, Unabhängigkeit, Spaß am Leben und Erfolg im Beruf als die wichtigsten Items, um sich wohlzufühlen.
- ▶ ist interessiert an Informationen zu allen Bereiche der Körperpflege, Kosmetik und Bekleidung.

## NUTZUNG ANDERER PEOPLE-MAGAZINE UND ZEITSCHRIFTEN

Wenn die Life&Style-Leserinnen andere People-Magazine und Zeitschriften lesen, dann eher gelegentlich oder selten. InStyle und InTouch stehen ihnen am nächsten.



Basis: Resonanzstudie Life&Style, Frauen 20 – 39 Jahre, 226 Fälle  
Angaben in Prozent

## DIE BELIEBTESTEN TV-SENDUNGEN

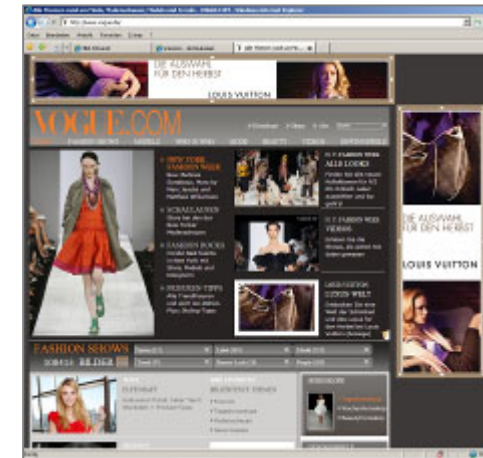
Rund drei Viertel schätzen „Explosiv“, „RTL aktuell“ und „Exclusiv Weekend“ im RTL-Vorabendprogramm. Serien-Favoriten: „Desperate Housewives“ und „GZSZ“.



Basis: Resonanzstudie Life&Style, Frauen 20 – 39 Jahre, 226 Fälle

## DIE BELIEBTESTEN WEBSITES

Spitzenreiter in der Gunst der Leserinnen: [www.glamour.de](http://www.glamour.de), [www.brigitte.de](http://www.brigitte.de) und [www.vogue.de](http://www.vogue.de) die rund ein Fünftel häufig oder gelegentlich besuchen.



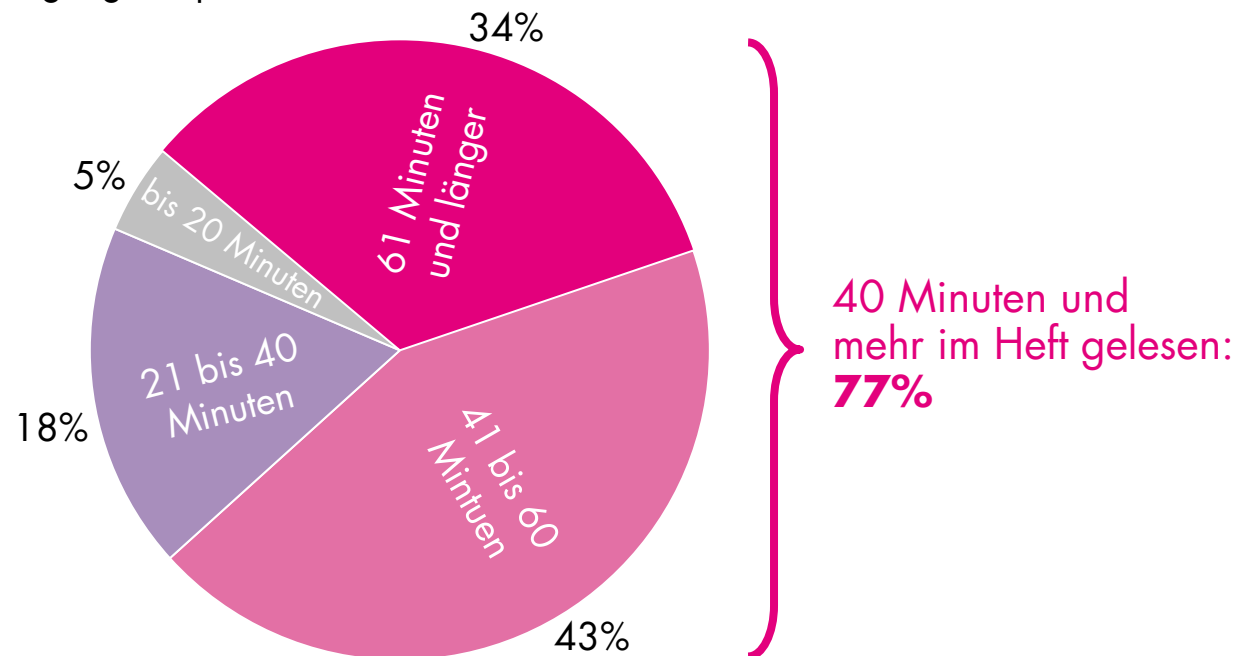
Basis: Resonanzstudie Life&Style, Frauen 20 – 39 Jahre, 226 Fälle

# NUTZUNG & BEURTEILUNG

## LESEDAUER

Die Life&Style-Leserinnen haben zum Befragungszeitpunkt durchschnittlich 64 Minuten in der Ausgabe 32/08 gelesen.

Lesedauer von Life&Style Nr. 32/08  
zum Befragungszeitpunkt

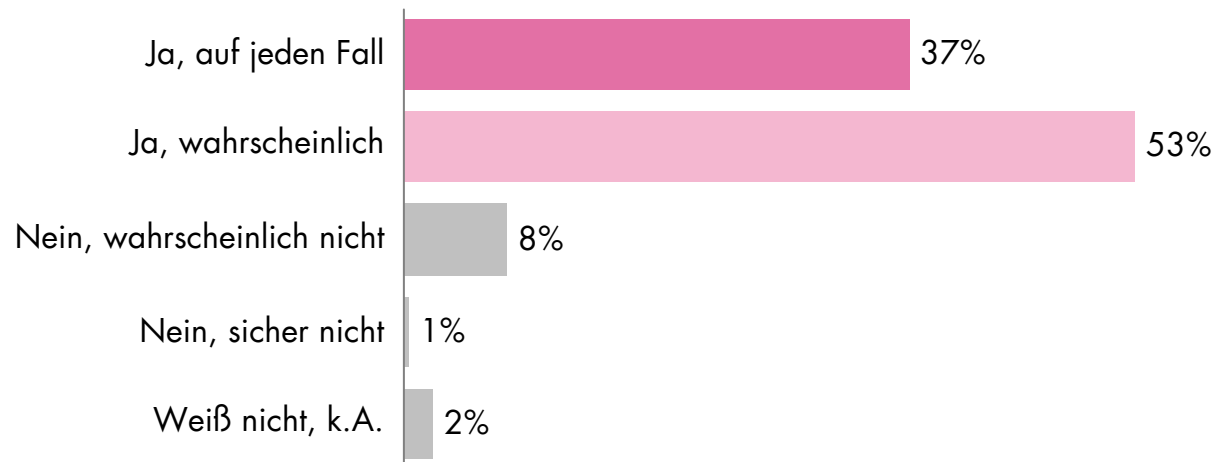


Basis: Resonanzstudie Life&Style, Frauen 20 – 39 Jahre, 226 Fälle

## KAUFPLAN NÄCHSTE AUSGABE

Life&Style kommt an: 90 % der 20- bis 39jährigen Leserinnen von Ausgabe 32/08 wollen auch die nächste Ausgabe auf jeden Fall oder wahrscheinlich kaufen.

Werden Sie sich auch die nächste Ausgabe von Life&Style, die am 7.8.2008 erscheint, kaufen?



Basis: Resonanzstudie Life&Style, Frauen 20 – 39 Jahre, 226 Fälle

## WAS DEN LESERINNEN AN LIFE&STYLE GEFÄLLT

### O-TÖNE

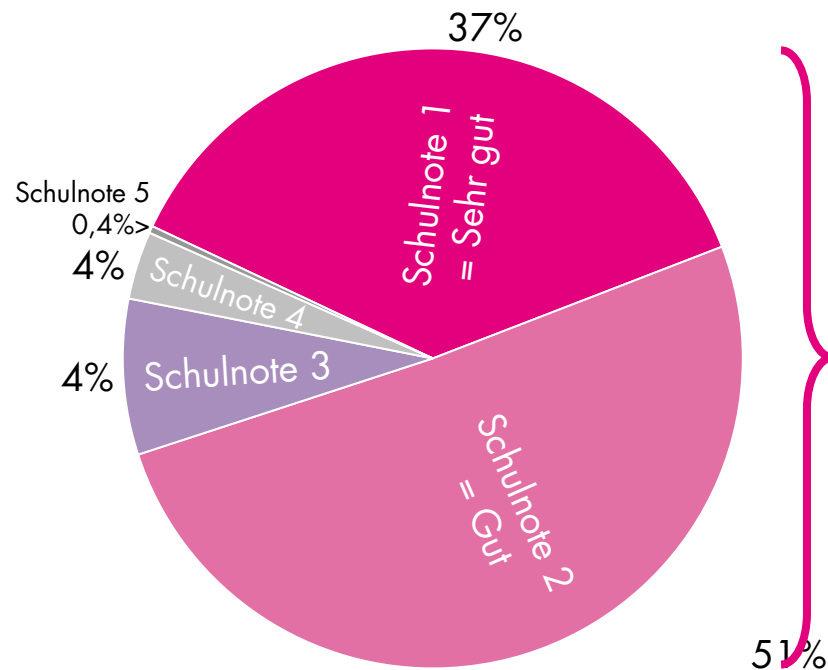
- ▶ „Das Heft ist echt super. Mischung von Stories, Bildern, Stars, Vorschlägen, Mode - alles was so interessiert ist - gerade auch für meinen Job. Ich habe dann auch immer ein Gesprächsthema - kann neue Trends mitteilen und eventuell sogar zeigen.“
- ▶ „Kurz und bündig - die neuesten News der Promis, aber in SHORTVERSION, so mag ich's am liebsten, ein kleines Bild mit News. Praktische Tipps zum Styling, die ich auch umsetzen kann da sie nicht kostenaufwendig sind.“
- ▶ „Hat Klasse, ist cool, gibt Anregungen beim Shoppen, total neu.“
- ▶ „Wöchentliche Beauty-Highlights werden vorgestellt, neue Frisurenideen zum Nachmachen. Es gibt Schminktipps, styling-secrets. Wo bekomme ich was am preiswertesten; was tut sich Neues bei den Stars.“
- ▶ „Gute Modetipps, gute Stylingtipps, gute Berichte über Promis!“

## HEFTBEURTEILUNG

### GESAMT

Life&Style bekommt von seinen 20- bis 39jährigen Leserinnen ein exzellentes Zeugnis ausgestellt: Die Durchschnittsnote für Ausgabe 32/08 von 1,8 berechtigt zu guten Karriereaussichten im Markt.

Das Zeugnis für Life&Style Nr. 32/08



Das Heft finden  
Sehr gut oder  
gut: 88%



Basis: Resonanzstudie Life&Style, Frauen 20 – 39 Jahre, 226 Fälle

**Life&Style** WEEKLY

## ZEITSCHRIFTEN ALS STAR:

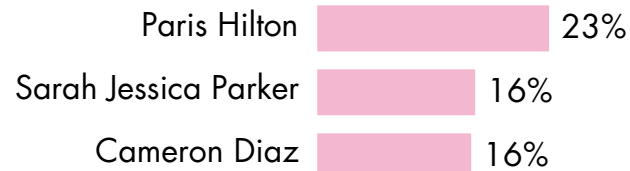
### „WENN LIFE&STYLE EIN STAR WÄRE...“

Heidi Klum steht für Mode & Beauty und wird von den Life&Style-Leserinnen als Leitfigur gewählt. InTouch wird eher mit dem Society-Girl Paris Hilton assoziiert.

#### Life&Style ist typisch für:



#### InTouch ist typisch für:



Basis: Resonanzstudie Life&Style, Frauen 20 – 39 Jahre, 226 Fälle

DANKE FÜR DIE  
**AUFMERKSAMKEIT**



MENSCHEN BEWEGEN | BAUER MEDIA